



## **Kleine Anfrage**

des Abgeordneten Hans-Jörn Arp (CDU)

und

## **Antwort**

**der Landesregierung** – Ministerium für Wirtschaft , Arbeit, Verkehr und Technologie

### **Entwicklung und Anwendung der neuen Dachmarke “Der echte Norden“**

1. Wie soll das Konzept der neuen Dachmarke umgesetzt werden?

Antwort:

Die Anwendung erfolgt im Rahmen der Außendarstellung des Landes.

2. Wo soll der neue Claim “Der echte Norden“ und das neue Logo überall Anwendung finden?

Antwort:

In der Außendarstellung des gesamten Landes und seiner Einrichtungen und Institutionen. Daneben bei Partnern aus Unternehmen und Initiativen u.a..

3. Welche Gesamtkosten sind für die Umsetzung des Gesamtkonzeptes vorgesehen? Woraus setzen sich diese zusammen?

Antwort:

Im Haushalt des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie (MWAVT) sind im Jahr 2014 Mittel in Höhe von 500.000,00 € für Maßnahmen

des Standortmarketings einschließlich Dachmarke eingestellt. Die Ressorts und die Staatskanzlei setzen das Dachmarkenkonzept im Rahmen ihrer verfügbaren Mittel um.

4. Welche Vorgaben hat es bei der Entwicklung der neuen Dachmarke für die Agentur boy Kommunikation und Strategie GmbH gegeben?

Antwort:

Der Auftrag beinhaltete, eine Marke SH zu entwickeln, die konsequent, nachhaltig und konsistent geführt werden kann und dabei die Stärken Schleswig-Holsteins zukunftsorientiert transportiert, intern ein großes Identifikationspotential entwickelt und nach außen glaubwürdig und werbend wirkt.

5. Warum hat sich die Landesregierung für die im Kabinett beschlossene Dachmarke und den Claim „Der echte Norden“ entschieden?

Antwort:

Weil es sich um eine überzeugende, konsequente, nachhaltige und konsistent zu führende Dachmarke handelt und die Markenzielsetzung stimmt.

6. Welche Alternativen hat es gegeben?

Antwort:

Keine

7. Wie ist die Vergütung der Agentur boy Kommunikation und Strategie GmbH im Rahmenvertrag geregelt?

Antwort:

Nach Festbetragsvergütungen über Einzelverträge und Leistungen nach Aufwand.

8. Bestehen zusätzliche Vereinbarungen oder Verpflichtungen mit der Kommunikationsagentur? Wenn ja, wie sehen diese aus?

Antwort:

Über den Rahmenvertrag und die aus diesem heraus geschlossenen Einzelverträgen hinaus gibt es keine weiteren Vereinbarungen.

9. Welchen Betrag hat das Land seit Bestehen des Rahmenvertrages jährlich für die Arbeit der Kommunikationsagentur gezahlt und für welche Leistungen?

Antwort:

An die Agentur boy sind laut SAP-Verfahren die in der nachfolgenden Tabelle aufgeführten Beträge aus dem Einzelplan 06 gezahlt worden:

Jahr	Zahlung gesamt in T€	Davon Standortmarketing in T€
2004	589,1	554,7
2005	261,1	251,8
2006	368,9	356,7
2007	270,9	208,4
2008	47,5	39,7
2009	121,4	73,7
2010	32,4	10,0
2011	29,1	5,3
2012	14,2	10,0
2013	234,2	228,6

10. Welcher Betrag ist für das Jahr 2014 vorgesehen?

Antwort:

Im Haushalt des MWAVT sind in 2014 500.000 € für die weitere Umsetzung der Dachmarke im Rahmen der auszuschreibenden Kommunikationskampagne vorgesehen.

11. Inwieweit ist die Kommunikationsagentur an der Umsetzung der neuen Dachmarke beteiligt und wie wird sie dafür vergütet?

Antwort:

Die Agentur boy Strategie und Kommunikation GmbH begleitet die erste Phase der Umsetzung der neuen Dachmarke auf der Grundlage des Rahmenvertrages von 2004 im Rahmen der vereinbarten Leistungen aus dem Jahr 2013.